

Perancangan Kampanye Deteksi Dini Kanker Serviks Dengan Pemeriksaan HPV DNA Berbasis Urine di Kota Surabaya

Kevin Ardinza Irawan¹, Aditya Rahman Yani², Aryo Bayu Wibisono³

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

Email: Kevinardinza8@gmail.com, aditya.dkv@upnjatim.ac.id, aryobayuw.dkv@upnjatim.ac.id

Abstrak

Kanker serviks merupakan salah satu penyakit mematikan yang menduduki peringkat kedua tertinggi di Indonesia, terutama menyerang wanita usia produktif. Rendahnya kesadaran dan minimnya edukasi mengenai pentingnya deteksi dini menjadi hambatan utama dalam upaya pencegahan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang kampanye deteksi dini kanker serviks melalui metode pemeriksaan HPV DNA berbasis urine yang lebih nyaman, cepat, dan praktis, dengan sasaran utama wanita usia 21–35 tahun di Kota Surabaya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara dan kuesioner untuk menggali persepsi target audiens serta merancang strategi komunikasi visual yang efektif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, sangat potensial sebagai sarana edukasi dan kampanye dengan jangkauan yang luas. Konsep kampanye “SRIKANDI” dirancang dengan gaya visual yang bersahabat, konten motion graphic, dan poster edukatif untuk membangun kesadaran dan menghilangkan stigma negatif terhadap skrining kanker serviks. Selain itu, penggunaan media pendukung seperti gantungan kunci, tumbler, dan totebag turut memperkuat eksposur kampanye. Penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan kampanye visual yang komunikatif mampu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam melakukan deteksi dini, serta memberikan alternatif edukasi yang efektif bagi instansi kesehatan dan masyarakat umum.

Kata kunci: Deteksi Dini; Kanker Serviks; HPV DNA; Kampanye; Media Sosial

Abstract

Cervical cancer is one of the most fatal diseases and ranks as the second most common cancer among women in Indonesia, particularly affecting women of reproductive age. The low level of awareness and lack of education regarding early detection remain major obstacles in prevention efforts. This study aims to design an early detection campaign for cervical cancer through a urine-based HPV DNA screening method, which is more comfortable, fast, and practical, targeting women aged 21–35 in Surabaya. The research employed a qualitative approach using interviews and questionnaires to explore the target audience’s perceptions and develop effective visual communication strategies. The findings reveal that social media, particularly Instagram, holds strong potential as an educational and campaign platform due to its wide reach. The campaign concept “SRIKANDI” was designed using friendly visual styles, motion graphic content, and educational posters to raise awareness and eliminate the negative stigma surrounding cervical cancer screening. Additionally, supporting media such as keychains, tumblers, and tote bags were used to strengthen campaign exposure. The study demonstrates that a well-crafted visual campaign can increase public participation in early detection and serve as an effective educational alternative for health institutions and the general public.

Keywords: Early Detection, Cervical Cancer, HPV DNA, Campaign, Social Media

*Correspondence Author: Kevin Ardinza Irawan

Email: Kevinardinza8@gmail.com



PENDAHULUAN

Kanker merupakan salah satu masalah kesehatan terbesar di Indonesia dan menjadi penyebab kematian tertinggi kedua setelah penyakit stroke dan hipertensi. Diantara semua jenis kanker yang ditemukan di Indonesia, kanker serviks masih menjadi penyakit kanker dengan

jumlah penderita terbesar kedua setelah kanker payudara (Awaliyah, 2021; PRATAMA, 2021; Purwani et al., 2022; Riawati, 2019). Kanker serviks adalah kanker yang tumbuh di leher rahim, berasal dari epitel, atau lapisan permukaan luar leher rahim, dan 99,7% disebabkan oleh virus HPV (Human Papilloma Virus). Virus HPV yang paling sering teridentifikasi pada kanker serviks adalah HPV tipe 16 dan 18 (Kemenkes, 2013).

Berdasarkan laporan data GLOBOCAN, proyek dari International Agency for Research on Cancer (IARC), pada tahun 2018 terdapat 18,1 juta kasus baru kanker dan 9,6 juta kematian akibat kanker di seluruh dunia. Dari insiden kanker tersebut, kanker serviks menempati peringkat keempat insidensi kanker pada wanita di dunia setelah kanker payudara, kanker kolorektal dan kanker paru-paru. Kanker serviks menduduki urutan tertinggi di negara berkembang, dimana di Indonesia sendiri kanker serviks menempati peringkat kedua. Menurut data dari Kemenkes RI dalam laporan Profil Kesehatan Indonesia (2021), kanker serviks menempati peringkat kedua setelah kanker payudara, yaitu sebanyak 36.633 kasus atau 17,2% dari seluruh kanker pada wanita. Jumlah ini memiliki angka mortalitas yang tinggi sebanyak 21.003 kematian atau 19,1% dari seluruh kematian akibat kanker. Berikut sepuluh jenis kanker dengan angka kejadian tertinggi di Indonesia dengan kanker serviks menempati posisi kedua berdasarkan data yang dilansir Databoks.com:



Gambar 1. Urutan Jenis Kanker di Indonesia Pada Tahun 2020

Sumber: (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/29/ini-jenis-kanker-yang-paling-banyak-diderita-penduduk-indonesia/>, 2020)

Penderita kanker serviks sering mengeluh nyeri pada perut bagian bawah dan pada kasus terberat dapat menyebabkan kematian. Yayasan Kanker Indonesia dalam websitenya, menyebutkan bahwa tidak kurang dari 15.000 kasus kanker terjadi setiap tahunnya, dan membuat kanker disebut sebagai penyakit pembunuh wanita nomor satu di Indonesia (Apriany & Evi Martha, 2023; Lelly, 2020; Lestari, 2020; Padauleng et al., 2018). Menurut data GLOBOCAN dalam IARC pada tahun 2020, kasus kanker serviks di Indonesia meningkat berjumlah 36,633 (17,2%) dengan kematian sejumlah 234.511 (WHO, 2020). World Health Organization (WHO) juga memprediksi pada tahun 2030 akan terjadi lonjakan penderita kanker di Indonesia hingga tujuh kali lipat. Jumlah penderita kanker yang meninggal pun juga kian memprihatinkan dilihat dari peningkatan jumlah pengidap kanker setiap tahunnya.

Adapun faktor risiko terjadinya kanker serviks antara lain: aktivitas seksual pada usia muda, berhubungan seksual dengan multipartner, merokok, mempunyai anak banyak, sosial ekonomi rendah, pemakaian pil KB (dengan HPV negatif atau positif), penyakit menular seksual, dan gangguan imunitas (Juanda & Kesuma, 2022; Khabibah et al., 2022b, 2022a;

Musfirah, 2019; Setianingsih et al., 2022). Pengobatan penyakit kanker di Indonesia selama ini menggunakan metode pembedahan, radioterapi, dan kemoterapi. Hingga sejauh ini proses pengobatan kanker di Indonesia sendiri masih belum berada di kondisi yang ideal, baik dari segi penyediaan fasilitas hingga penyebarannya di seluruh daerah di Indonesia. Pasien membutuhkan waktu yang cukup lama untuk dapat menggunakan alat radioterapi ini karena sedikitnya alat radioterapi yang tersedia di setiap rumah sakit. Harga untuk melakukan kemoterapi ini juga tidak bisa dibilang murah dengan pengobatan yang harus dilakukan secara terus-menerus.

Padahal penyakit kanker sendiri sebenarnya masih dapat dicegah sejak dini dengan melakukan deteksi dini dan penanggulangan segera seperti menjaga pola hidup sehat dan sebagainya. Namun seringkali orang tidak memperhatikan kondisi tubuhnya, sehingga mereka tidak sadar bahwa mereka memiliki gejala kanker atau bahkan sudah tumbuh kanker di dalam tubuh mereka. Oleh karena itu perlu adanya upaya pencegahan dan penanggulangan sejak dini salah satunya melalui deteksi terhadap kemungkinan orang terpaparvirus HPV ini.

Perlunya mendeteksi kanker pada stadium dini merupakan cara yang cukup efektif karena sebesar 85% mampu mengurangi angka kematian dan angka kejadian yang disebabkan oleh kanker serviks (Adharina & Purnami, 2017). Selain itu dengan adanya berbagai upaya pencegahan dan diagnosis dini, angka kematian bisa ditekan. Tingginya kejadian kanker serviks disebabkan kurangnya pencegahan pada wanita usia subur dan kurangnya minat deteksi dini, karena deteksi dini kanker serviks masih tabu di masyarakat. Akibatnya, kanker serviks baru terdeteksi pada stadium lanjut, karena ini sering disebut silent killer. Meski begitu, hal yang sering ditemui adalah banyak dari pengidap kanker serviks yang belum memiliki kesadaran untuk melakukan deteksi dini. Padahal, deteksi dini kanker serviks sangat penting untuk meningkatkan peluang kesembuhan.

Dinas Kesehatan mengatakan bahwa saat ini pemerintah tengah gencar melakukan kampanye sosial untuk deteksi awal pencegahan kanker serviks dengan sejumlah tes. Deteksi dini kanker serviks dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti dengan pemeriksaan Pap Smear atau melalui tes IVA (Inspeksi Visual Asam Asetat) hingga imunisasi HPV. Selain ketiga upaya tersebut, kini tersedia metode deteksi dini kanker serviks yang lebih mudah dan nyaman yaitu dengan pemeriksaan urine. Metode ini menggunakan alat tes bernama "Cervical Scan" atau disebut CerviScan yang dapat melihat DNA HPV melalui sampel urine. Pemeriksaan dilakukan dengan mengoleskan sampel urine ke alat tes, dan hasil pemeriksaan akan keluar dalam waktu sekitar 30 menit. Berbeda dengan pemeriksaan lain yang membutuhkan waktu seperti tes Pap Smear yang harus menunggu hasilnya jadi sekitar 1 minggu paling cepat, sedangkan tes IVA membutuhkan tenaga kesehatan terlatih dan cukup membuat tidak nyaman karena Pasien akan disuruh berbaring di atas tempat tidur dan diperiksa menggunakan alat yang dimasukkan dalam vagina.

Saat ini cakupan skrining deteksi dini kanker serviks melalui masih sangat rendah melalui pemeriksaan Pap Smear dan IVA, yakni hanya berkisar 5%. Padahal cakupan skrining yang efektif dalam menurunkan angka kesakitan dan angka kematian karena kanker serviks adalah 85% (Fauza, 2019). Hal ini disebabkan oleh pengetahuan wanita Indonesia yang kurang tentang deteksi dini kanker serviks sehingga mempengaruhi angka deteksi dini kanker serviks. Pemeriksaan menggunakan CerviScan ini dapat dikatakan memiliki sejumlah manfaat dan keunggulan diantaranya lebih mudah dan nyaman karena tanpa perlu membuka pakaian, hasil pemeriksaan diperoleh lebih cepat, serta dapat dilakukan oleh tenaga kesehatan yang bahkan

tidak terlatih. Menurut penelitian Andrijono, et al. (2023) diketahui bahwa pengujian HPV-DNA berbasis urin dengan CerviScan memiliki keandalan untuk mendeteksi subtype HPV risiko tinggi. Pemeriksaan ini dapat menjadi metode alternatif untuk pengujian DNA-HPV dalam memperluas program skrining kanker serviks.

Peluncuran alat tes Cervical Scan di Indonesia dilakukan oleh PT. Biofarma pada 7 Juli 2023 di Balai Laboratorium Kesehatan dan Kalibrasi Dinas Kesehatan DIY. Peluncuran ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya deteksi dini kanker serviks. Biofarma bersama Dinkes terus melakukan agenda peluncuran alat CerviScan di sejumlah kota-kota besar di Indonesia, serta melakukan sosialisasi mengenai kanker serviks dan upaya deteksi dini yang perlu dilakukan. Hingga kini pengenalan alat deteksi dini melalui pemeriksaan urine tersebut masih dilakukan di sebatas kota-kota di daerah Jawa Tengah, sedangkan kota lainnya seperti Surabaya menjadi target selanjutnya.

Kanker serviks menjadi salah satu penyakit mematikan di Indonesia kedua, khususnya di Pulau Jawa dengan jumlah penderita kanker terbanyak. Namun masih banyak masyarakat khususnya perempuan yang belum mengerti akan pentingnya pemeriksaan secara dini salah satunya melalui pemeriksaan HPV DNA berbasis urin. Disisi lain belum meratanya edukasi mengenai upaya deteksi dini kanker serviks membuat masyarakat kurang mendapatkan informasi tentang gejala dan upaya yang dapat dilakukan untuk menyembuhkan penyakit ini. Global Cancer Observatory menyebutkan hanya 5% wanita yang melakukan skrining kanker serviks, dimana kurangnya informasi mengenai kanker serviks dan ketakutan menjalani skrining menjadi hambatan dalam pencegahan dan penanganan kasus kanker serviks (Bray et al., 2018).

Maka berdasarkan urgensi data dan fakta yang telah dipaparkan di atas, permasalahan ini menjadi penting untuk diangkat sebagai objek dalam perancangan komunikasi visual. Kemudian untuk memperoleh ketertarikan target audiens terhadap media pengantar pesan dalam kegiatan kampanye, media yang banyak diminati dan akan digunakan untuk menyukseskan kampanye ini, diantaranya adalah Motion Graphic dan Social Media feed/post. Penggunaan motion graphic dan social media feed/post sebagai media utama dalam kampanye deteksi dini kanker serviks ini, adalah untuk membantu untuk menyederhanakan pesan dari isi yang dibawa oleh data utama.

Media sosial dapat dianggap lebih efektif sebagai media kampanye sosial di era modern ini, karena memiliki berbagai keunggulan dan karakteristik yang mendukung tercapainya tujuan kampanye yakni untuk menarik perhatian target audien sebanyak mungkin. Media sosial memungkinkan berbagi informasi dapat disebarkan dengan cepat dan mudah. Menurut Namkoong, et al. (2018) media sosial memiliki jangkauan yang sangat luas, dengan jutaan bahkan miliaran pengguna aktif di seluruh dunia. Dengan demikian, kampanye sosial dapat mencapai banyak orang dengan cepat, menciptakan kesadaran yang lebih besar tentang isu yang sedang dikampanyekan. Selain itu platform media sosial memungkinkan kampanye dapat menargetkan audiens mereka dengan presisi, yang mana hal ini memungkinkan mereka untuk mencapai kelompok sasaran yang paling mungkin terpengaruh oleh kampanye tersebut.

Penelitian ini memiliki kebaruan yang terletak pada penggunaan pemeriksaan HPV DNA berbasis urine sebagai pendekatan utama dalam kampanye deteksi dini kanker serviks yang secara khusus dirancang untuk wilayah Kota Surabaya. Pendekatan ini dikombinasikan dengan strategi komunikasi digital melalui media sosial, terutama Instagram, dengan memanfaatkan

desain visual seperti motion graphic, feed Instagram, dan pengembangan identitas kampanye bernama “SRIKANDI”. Tidak seperti penelitian sebelumnya, seperti Adharina & Purnami (2017) yang fokus pada pemodelan kekambuhan pasien kanker serviks menggunakan regresi Cox Extended, atau Sholihah & Sulistyorini (2018) yang hanya menyoroti rendahnya kesadaran masyarakat akan pentingnya deteksi dini, maupun Andrijono et al. (2023) yang menguji efektivitas alat deteksi CerviScan berbasis urine tanpa pendekatan komunikasi edukatif, penelitian ini menawarkan pendekatan integratif yang menyatukan aspek edukasi visual dan strategi kampanye sosial secara sistematis. Dengan menerapkan model strategi AISAS (Attention–Interest–Search–Action–Share) dalam perencanaan dan produksi konten, penelitian ini menghadirkan inovasi dalam membangun kesadaran dan keterlibatan masyarakat melalui kampanye visual yang mudah diakses dan dipahami. Oleh karena itu, penelitian ini berkontribusi sebagai model kampanye digital berbasis media sosial yang inovatif dan aplikatif dalam mendukung program deteksi dini kanker serviks, terutama melalui metode pemeriksaan yang lebih mudah, cepat, dan tidak invasif.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengajak masyarakat dalam melakukan dan mensosialisasikan pentingnya pencegahan kanker serviks sejak dini melalui vaksinasi dan metode screening terbaru, serta mengurangi rasa takut yang sering menjadi hambatan. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan edukasi khusus kepada wanita usia reproduksi (21-35 tahun) mengenai deteksi dini kanker serviks melalui pemeriksaan HPV DNA berbasis urine di Kota Surabaya. Selanjutnya, penelitian ini juga berupaya menyediakan media dan platform yang tepat untuk mendukung program kampanye deteksi dini tersebut, dengan konsep visual yang menarik, informatif, dan efektif. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Bagi institusi, rancangan ini dapat dijadikan referensi dan masukan dalam program kampanye deteksi dini kanker serviks dengan pemeriksaan HPV DNA berbasis urine, membantu dalam menentukan bentuk visual dan media yang tepat. Bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual dan peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini akan menambah wawasan dan pengetahuan dalam menciptakan karya yang menarik dan inovatif, serta menjadi acuan bagi penelitian mendatang yang berkaitan dengan kampanye deteksi dini kanker serviks. Bagi masyarakat, hasil penelitian ini berfungsi sebagai tambahan informasi dan edukasi, serta sebagai media kampanye sosial tentang upaya baru dalam deteksi dini kanker serviks melalui pemeriksaan HPV DNA berbasis urine, demi meningkatkan kesadaran masyarakat dalam menanggulangi penyakit tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam kajian perancangan kampanye ini adalah metode kualitatif, yang berfokus pada pemahaman fenomena sosial terkait budaya dan manusia. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menggali dan mendeskripsikan pengalaman subjek, seperti perilaku, persepsi, dan motivasi, secara holistik dalam konteks yang alami. Pendekatan ini dirasa tepat untuk memberikan gambaran mendalam tentang kampanye deteksi dini kanker serviks melalui pemeriksaan HPV DNA berbasis urine. Prosedur penelitian menghasilkan data deskriptif berupa tulisan atau lisan dari objek yang diamati, dengan analisis data dilakukan secara induktif. Pengumpulan data lebih banyak dilakukan melalui interaksi langsung dengan informan, menjadikan peneliti sebagai instrumen utama dalam proses penelitian. Objek perancangan kampanye ini ditargetkan untuk menciptakan media edukasi yang menarik dan

efektif, dengan fokus pada digitalisasi media seperti video motion graphic dan poster yang akan disebar di platform media sosial. Data primer diperoleh melalui wawancara terstruktur dan kuesioner, sementara data sekunder didapatkan dari studi pustaka dan dokumen terkait. Selain itu, analisis dilakukan menggunakan berbagai teknik, termasuk analisis deskriptif, fishbone, serta metode 5W+1H, untuk merumuskan strategi perancangan yang sesuai dengan kebutuhan audiens. Dengan demikian, kampanye ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang pentingnya deteksi dini kanker serviks.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Verbal

1. Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan dalam perancangan kampanye menggunakan bahasa yang tidak baku agar terkesan “friendly” atau lebih bersahabat. Sesuai dengan hasil wawancara yang menyebutkan bahwa remaja perempuan tergolong menyukai komunikasi dengan bahasa yang santai audience merasa nyaman dan tidak tertekan namun dengan masih menonjolkan informasi yang detail dan akurat.

2. Strategi Pendekatan

Strategi pendekatan yang dipakai adalah dengan memberikan optimisme kepada audiens dengan menonjolkan benefit dan keunggulan Deteksi Dini Kanker Serviks Hanya dengan pemeriksaan Urine. Sesuai dengan hasil kuisisioner dan wawancara maka media yang dipakai adalah berupa poster & animasi. ini akan menjadi media pembelajaran yang menarik sekaligus menggugah audiens agar lebih peduli terhadap pentingnya melakukan deteksi dini.

3. Identitas Gerakan Kampanye

Nama Gerakan : “ SRIKANDI “

Latar belakang : Gerakan kampanye ini dipicu oleh rendahnya inisiatif audiens yang dituju untuk melakukan pemeriksaan sejak dini terhadap kanker serviks. Gerakan kampanye ini bertujuan untuk melakukan edukasi kan pentingnya pemeriksaan sejak dini melalui media yang populer seperti social media untuk menjangkau audiens lebih banyak.

Stake holder : Gerakan ini sudah digaungkan oleh KEMENKES dan pembuatan kampanye ini diminta oleh klien yaitu Klinik Pegadaian Medical di Surabaya

Tagline : “Satu Langkah Kecil, Perlindungan Besar, Dengan Satu Botol Urine”

Tujuan : memberikan edukasi tentang pentingnya pemeriksaan kanker serviks sejak dini untuk mencegah kanker serviks karena peluang kesembuhan lebih besar dapat tercapai apabila dilakukan pengobatan lebih awal.

Target : target utama adalah Wanita usia 21-35 tahun, dan target sekunder adalah yang di luar target utama yaitu Wanita usia 18-21 tahun dan Wanita yang berusia 35-50 tahun.

4. Hashtag dan tagline

Tagline kampanye ini adalah “ Satu Langkah Kecil, Perlindungan Besar, Dengan Satu Botol Urine “, memiliki fungsi untuk mengedukasi target audiens agar memikirkan pentingnya memeriksakan diri sejak dini agar bisa mencegah dan mengobati kanker serviks hanya dengan langkah yang kecil yaitu melalui pemeriksaan urine saja. Tagline ini diambil dari riset keyword dan akan diterapkan kepada semua jenis kampanye yang ada dalam hal ini adalah Poster Ilustrasi & video animasi motion graphic.

Karena memakai social media sebagai media penyebaran kampanye maka diperlukan hash tag yang diambil dari turunan taglinenya, berikut adalah beberapa hash tag yang telah dikumpulkan berdasarkan riset keyword di google trend maupun tool SEO seperti ubbersuggest.

Hash tag yang dipakai : #deteksikankerserviks #deteksidini #kankerserviks #CegahKankerServiks #satulanghakecilperlindunganbesar #CukupDenganUrine

Konsep Visual

1. Gaya Gambar

Berdasarkan hasil data Kuesioner yang telah dikumpulkan, Gaya gambar yang dipilih adalah menggunakan Flat design dengan elemen yang sederhana, modern, dan penuh warna. Ciri-ciri dari gaya gambar ini adalah memiliki karakter yang simple dan emosional sehingga mudah menyampaikan emosi dengan efektif serta proporsi tubuh yang lucu dan sedikit bergaya kartun sebagai pembawa suasana sehingga cocok digunakan untuk Perancangan Kampanye ini.

Ilustrasi akan dibuat menggunakan Adobe Illustrator & Animasi akan dibuat menggunakan Adobe After effect. Adapun style Ilustrasi & animasi motion graphicnya telah kami surveykan kepada audiens dengan hasil sebagai berikut.



Gambar 2. Style 1

(Sumber : https://www.behance.net/gallery/135562359/Medical-video?tracking_source=search%20projects|flat+design+vector+animation&l=2)



Gambar 3. Style 2

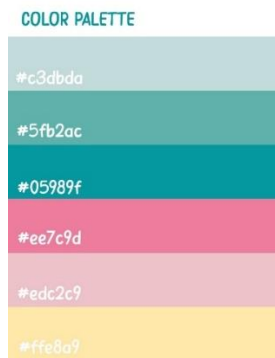
(Sumber : https://www.behance.net/gallery/135562359/Medical-video?tracking_source=search%20projects|flat+design+vector+animation&l=2)

2. Warna

Selain gaya gambar, warna menjadi elemen penting untuk membuat suasana atau mood dari animasi yang perlu disesuaikan dengan topik dan pesan yang akan dibahas serta dapat tersampaikan maknanya. Dalam perancangan ini, warna yang akan dipilih mengacu

pada unsur-unsur berupa Wanita, Kesehatan, Edukasi, dan modern sesuai dengan isi konten kampanye & keyword.

Dari rujukan tersebut, warna yang cocok digunakan adalah warna yang dominan bersifat pastel serta memiliki kombinasi warna triadic dari penggabungan warna kuning, Pink, dan Teal. warna tersebut dapat memberikan kesan & makna untuk perancangan kampanye. Warna Pink identik dengan cinta, kelembutan, dan perhatian serta feminitas yang tertuju kepada audiens kampanye ini. Warna Kuning sering diasosiasikan dengan sinar matahari, memberikan kesan cerah, hangat, membangkitkan semangat dan optimisme kepada audiens. Serta warna teal sebagai warna primer menyesuaikan dengan simbol ribbon cervical cancer di dunia yg berwarna teal-putih.



Gambar 4. Warna Palette
(Sumber : Pribadi)

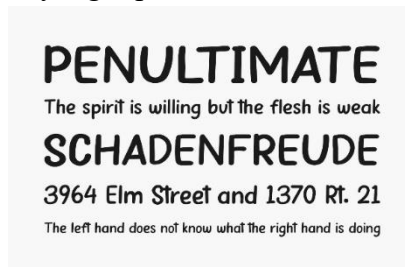


Gambar 5. Warna Simbol Kanker
(Sumber :
<https://cchindia.com/public/know-about-world-cancer-day-in-under-10-minutes>)

3. Tipografi

Pada perancangan Kampanye ini dibutuhkan sebuah gaya penulisan dalam menciptakan text dan subtitle untuk diterapkan dalam animasi, Beberapa bagian animasi ada yang bersifat edukasi secara formal dan memerlukan keterangan tertentu dalam keterbacaan dan kenyamanan saat dipandang oleh target audiens, maka pemilihan font menjadi sangat penting.

Adapun font yang dipilih juga dipakai sebagai header & Sub body text. Berikut adalah font yang dipakai :



Gambar 6. Font Papernotes
Sumber: Peneliti

WEIGHT	16 STYLES	ROMAN	ITALIC
300	Cerebri Sans	Light	<i>Light</i>
400	Cerebri Sans	Regular	<i>Regular</i>
450	Cerebri Sans	Book	<i>Book</i>
500	Cerebri Sans	Medium	<i>Medium</i>
600	Cerebri Sans	SemiBold	<i>SemiBold</i>
700	Cerebri Sans	Bold	<i>Bold</i>
800	Cerebri Sans	ExtraBold	<i>ExtraBold</i>
900	Cerebri Sans	Heavy	<i>Heavy</i>

Gambar 7. Font Cerebri Sans
Sumber: Peneliti

Font Header yang dipakai adalah Papernotes, dan untuk Font Body yang dipakai adalah Cerebri Sans, Font tersebut adalah font bebas tanpa copyright berjenis sans serif. Penggunaan font ini disesuaikan dengan karakteristik Gaya yang santai namun tetap memperhatikan

aspek readability & Legibility. Penggunaan font ini juga digunakan untuk menambah beberapa keterangan yang bersifat penjelasan dari Kampanye yang sudah berjalan.

Konsep Media

Tabel 1. Strategi AISAS

Tahapan	Media	Strategi	Tujuan
Attention	Instagram	Meningkatkan kesadaran tentang kanker serviks dan pentingnya deteksi dini	Meningkatkan awareness agar audiens tahu bahwa deteksi dini kanker serviks bisa dilakukan dengan tes urine yang praktis
Interest	Instagram	Membuat audiens tertarik untuk tahu lebih jauh tentang tes HPV DNA berbasis urine	Membangun rasa ingin tahu dan minat untuk memahami manfaat tes urine sebagai alternatif yang lebih mudah dan nyaman
Search	Instagram	Memperudahkan audiens mencari info lebih lanjut tentang pemeriksaan	Memastikan audiens menemukan informasi akurat, lengkap, dan mudah diakses saat mereka mencari tahu lebih lanjut
Action	Cetak & Instagram	Mengajak audiens untuk segera melakukan pemeriksaan	Mengubah ketertarikan menjadi sebuah tindakan dengan cara audiens mendaftar dan melakukan pemeriksaan HPV DNA
Share	Instagram & Merchandise	Mendorong audiens untuk berbagi pengalaman dan mengedukasi orang lain	Sebagai bentuk promosi dengan membagikan kampanye ini kepada orang lain dan mengajak lebih banyak orang melakukan deteksi dini

Sumber: Peneliti

1. Media Utama

Dalam Perancangan ini, Media utama yang akan terapkan adalah animasi motion graphic, Poster & X-Banner. Media ini merupakan Media penyampaian edukasi dengan isi konten yang menampilkan tentang edukasi Pemeriksaan Kanker serviks. Sebagai bentuk penyebaran informasi akan dilakukan sesuai strategi AISAS diatas yaitu melalui Media online dan offline sebagai perancangan kampanye. Salah satu platform media tersebut itu adalah:

- a) Instagram: Kampanye ini nantinya akan memiliki akun utama yang berisi semua informasi dan kegiatan kampanye. Konten akan berbentuk dalam bentuk feed Instagram dengan ukuran 4:5 1350x1080 pixel sebagai hal utama, lalu dilanjutkan dengan instastory sebagai pendukung dari feed Instagram serta penyebaran informasi yang lebih cepat tersasar pada target audiens, terakhir konten dalam bentuk reels yang sebagai hal pendukung atau sekunder.
- b) Cetak: Untuk Media yang akan digunakan adalah sebuah booth yang bisa dipasang di lokasi Klinik atau secara offline, berupa X-banner dengan ukuran 60x160 cm, poster

berukuran A3, dan juga konten video melalui TV atau monitor yang akan di pajang untuk ditampilkan kepada Customer yang akan datang berkunjung.

2. Program Kampanye

Tabel 2. Program Kampanye

No	kegiatan	Media	Timeline
1	Merancang dan membuat Konsep Kampanye beserta program kegiatan kampanye, dan mediana.	Keseluruhan Program Kampanye	x
2	Membuat akun sosial media, logo, dan elemen visual yang akan digunakan untuk konten kampanye.	Akun Sosial Media, Logo, dan elemen visual.	x
3	Menampilkan konten tentang Pengenalan kampanye dan tagline di Instagram	Feed Instagram	x
4	Menaikkan awareness target audiens dengan memposting Riset edukasi mengenai Kanker Serviks	Feed Instagram	x
5	Menampilkan konten seputar data informasi edukasi & Fakta-mitos mengenai Kanker serviks Metode HPV DNA berbasis urine	Feed Instagram	x
6	Menampilkan konten video Q&A dan juga animasi yang menarik dan menjelaskan keseluruhan informasi mengenai kanker serviks dengan pemeriksaan HPV DNA berbasis urine.	Reels Instagram	x
7	Menampilkan konten mengenai keunggulan Metode baru yaitu HPV DNA Berbasis urine daripada metode lama.	Feed Instagram	x
8	Melakukan Reminder kepada target audiens untuk melakukan pemeriksaan kanker serviks secara dini	Feed & Reels Instagram	x
9	Mengajak dan memberikan promosi mengenai Pemeriksaan metode HPV DNA berbasis urine yang bisa dilakukan ke Klinik Medical Pegadaian.	Feed Instagram & Cetak	x
10	Menyelesaikan Seluruh kegiatan kampanye dalam beberapa konten penutup dan cuplikan pendek dari kegiatan acara Kampanye.	Feed & Reels Instagram	x

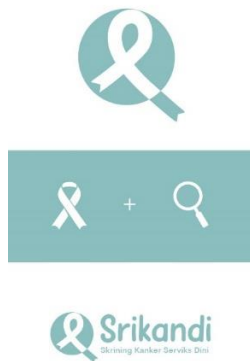
Sumber: Peneliti

Implementasi Desain

1. Desain Logo

Berikut adalah beberapa alternatif logo digital yang akan dibuat untuk Kampanye Srikandi.

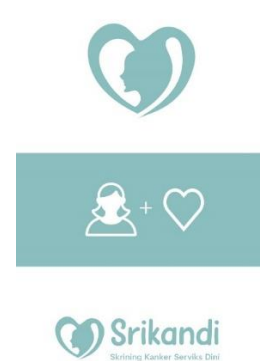
Alternatif Logo 1



Alternatif Logo 2



Alternatif Logo 3



Gambar 8. Alternatif Logo 1
(Sumber: Pribadi)

Gambar 9. Alternatif Logo 2
(Sumber: Pribadi)

Gambar 10. Alternatif Logo 3
(Sumber: Pribadi)

Dari ketiga alternatif tersebut, maka akan dilakukan pemilihan desain logo final melalui validasi yang melibatkan dosen pembimbing, ahli pakar dokter & desainer. Tujuan dari proses validasi ini adalah untuk memilih logo yang paling mencerminkan identitas dan tujuan kampanye. Berikut adalah hasil final Logo yang telah dipilih. Logo ini terpilih karena adanya pendekatan mengenai simbol kanker serviks dan juga tujuan dalam kampanye Srikandi.







Gambar 11. Final Logo
(sumber : Pribadi)

2. Konten Sosial Media

Tabel 3. Konten Sosial Media

Post	Isi	Caption	Gambar
1	Call to Action	Yuk Lakukan skrining dini bersama Srikandi ! (hashtag)	yuk lakukan skrining dini!

Post	Isi	Caption	Gambar
2	Logo Skrikandi	Srikandi, Skrining Kanker Serviks Dini! (hashtag)	
3	Tagline	Satu langkah kecil, Perlindungan besar, Dengan satu botol urine! (hashtag)	
4	Riset mengenai Kanker Serviks	Tahukah kalian bahwa Setiap Jam 2 wanita meninggal akibat kanker serviks, 50 wanita didiagnosis terkena kanker serviks! Maka dari itu Lindungi diri kalian dengan vaksinasi & deteksi dini dengan HPV DNA berbasis urine (hashtag)	
5	Video Eksplanasi Kanker Serviks oleh dr. Vina Rahmatika	Ingin tahu apa itu Kanker serviks? Yuk simak Penjelasannya dengan dr. Vina Rahmatika! (hashtag)	

Post	Isi	Caption	Gambar
6	Pengertian Kanker Serviks & Cara penularannya	<p>Apa itu Kanker Serviks? Kanker serviks adalah Kanker yang menyerang sel leher rahim pada wanita. Apa Penyebabnya? Infeksi Virus HPV (Human Papilloma Virus)</p> <p>Terus Bagaimana Cara penularan HPV? Ternyata Cara penularannya bisa melalui Hubungan seksual, kontak kulit dengan virus, benda terkontaminasi virus, dan juga dari ibu ke bayi. (hashtag)</p>	
7	Resiko Kanker Serviks	<p>Apakah kamu beresiko terkena Kanker Serviks? Kalau kamu Wanita dan juga Aktif secara seksual maka kamu beresiko loh! Maka dari itu cek deteksi dini dengan Srikandi sekarang! (hashtag)</p>	
8	Video Q&A dr. Vina Rahmatika	<p>Ingin tahu informasi lain mengenai Kanker serviks? Yuk simak penjelasannya dari video Q&A dr. Vina Rahmatika! (hashtag)</p>	
9	Infeksi Virus Kanker	<p>Infeksi Virus Bisa jadi Kanker? Tentu saja! Mereka bisa berkembang menjadi kanker pada 5 sampai 10 tahun mendatang! (hashtag)</p>	
10	Pencegahan Kanker Serviks & Perbandingan Metode lama dan baru	<p>Bagaimana sih cara Mencegah Kanker Serviks? Tenang aja! Kita bisa mencegahnya melalui vaksinasi atau Deteksi Dini.</p> <p>Dan juga kini ada cara deteksi dini dengan metode baru yang lebih mudah untuk dilakukan loh!</p>	

Post	Isi	Caption	Gambar
		Simak perbedaannya di slide ini! (hashtag)	
11	Video Q&A dr. Panca	Ingin tahu informasi lain mengenai Kanker serviks? Yuk simak penjelasannya dari video Q&A dr. Panca! (hashtag)	
12	Fakta & Mitos Kanker Serviks	Hasil HPV DNA Saya positif, apakah saya pasti kena kanker? Kemungkinan TIDAK ! Dan tenang saja karena Infeksi HPV bisa SEMBUH ! (hashtag)	

Post	Isi	Caption	Gambar
13	Pengertian Pentingnya Deteksi Dini	<p>Apa Pentingnya Deteksi Dini?</p> <p>Bila terdeteksi lebih awal pada tahap infeksi virus HPV, maka dapat diobati lebih cepat sebelum infeksi berkembang menjadi kanker.</p> <p>Maka dari itu, yuk deteksi sekarang bersama Srikandi! (hashtag)</p>	
14	Tagline Kampanye	<p>Satu Langkah Kecil, Perlindungan Besar, dengan satu botol urine!</p> <p>Yuk Periksa sekarang bersama Srikandi! (hashtag)</p>	
15		<p>Deteksi Dini HPV DNA berbasis Urine Bisa dilakukan dimana ya?</p> <p>Tentunya bisa dilakukan di Klinik Pratama Pegadaian Permata!</p> <p>(hashtag)</p>	

Sumber: Peneliti

3. Media Cetak

- Poster: Poster digunakan sebagai penyampaian media informasi mengenai kampanye Srikandi Poster ini menampilkan Logo, Ilustrasi, Tagline, Penjelasan singkat, serta link

yang bisa diakses. Yang membuat pesan kampanye ini bisa menjangkau lebih banyak orang dalam waktu yang relatif cepat. Spesifikasi Poster ini dicetak dengan ukuran A3 menggunakan kertas Artpaper.



Gambar 12. Poster A3
(Sumber : Pribadi)

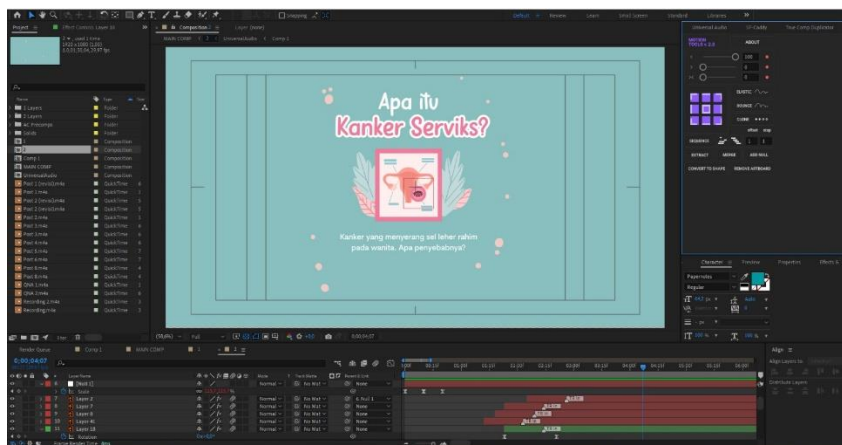
- b. X-banner: Poster digunakan sebagai penyampaian media informasi mengenai kampanye Srikandi Poster ini menampilkan Logo, Ilustrasi, Tagline, Penjelasan singkat, serta link yang bisa diakses. Yang membuat pesan kampanye ini bisa menjangkau lebih banyak orang dalam waktu yang relatif cepat. Spesifikasi X-banner ini dicetak dengan ukuran 60x160cm menggunakan bahan albatros.



Gambar 13. X-banner
(sumber : Pribadi)

4. Animasi Motion Graphic

Video Animasi Motion Graphic ini telah diciptakan untuk merangkum seluruh Materi penjelasan mengenai Kanker serviks. Spesifikasi Video Berdurasi 1 Menit 24 Detik, dengan Resolusi 1920x1080 Landscape, dan Framerate 30fps.



Gambar 14. Screenshot Animasi
(Sumber : pribadi)

5. Media Pendukung

Dalam Perancangan Kampanye ini dibutuhkanlah media pendukung untuk menarik minat audiens dan juga sebagai media pengingat untuk audiens melalui eksposur visual pada pesan perancangan kampanye ini. Media pendukung yang digunakan merupakan hasil pengamatan analisa consumer journey yang dilakukan pada dua wanita usia sekitar 21-35 tahun. Beberapa media pendukung yang digunakan dalam perancangan ini adalah sebagai berikut:

a. Gantungan Kunci

gantungan kunci sebagai media pendukung kampanye didasarkan pada sifatnya yang kecil, ringan, dan mudah dibawa ke mana saja. Barang ini sering digunakan untuk menggantung kunci rumah, kendaraan, atau tas, sehingga memungkinkan pesan kampanye terus terlihat oleh pengguna. Dengan desain menarik yang mencantumkan slogan atau ilustrasi edukatif tentang deteksi dini kanker serviks, gantungan kunci dapat menjadi pengingat sederhana namun efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pemeriksaan kesehatan.

b. Tumbler

Tumbler dipilih karena merupakan barang yang mendukung gaya hidup sehat sekaligus ramah lingkungan. Sebagai wadah minuman yang sering dibawa ke kantor, kampus, atau tempat umum, tumbler menjadi media promosi yang luas karena dapat menarik perhatian orang lain. Dengan mencetak pesan kampanye di tumbler, pengguna akan terus diingatkan akan pentingnya deteksi dini kanker serviks, sekaligus mendorong mereka untuk lebih peduli terhadap kesehatan mereka sendiri.

c. Totebag

Totebag merupakan pilihan media kampanye yang strategis karena sifatnya yang fungsional dan dapat digunakan dalam berbagai aktivitas sehari-hari, seperti belanja atau membawa perlengkapan kerja. Selain itu, totebag juga sering dibawa ke tempat umum, sehingga pesan kampanye yang tercetak di permukaannya dapat dilihat oleh banyak orang. Dengan desain yang menarik dan informatif, totebag dapat menjadi media edukasi berjalan yang efektif untuk meningkatkan kesadaran tentang kanker serviks.

d. Buku Catatan

Buku catatan digunakan karena memiliki daya guna yang tinggi, terutama bagi pelajar, mahasiswa, dan pekerja yang sering mencatat hal-hal penting. Selain mencantumkan informasi tentang kanker serviks di sampulnya, halaman dalam buku catatan juga bisa disisipkan fakta-fakta penting atau tips kesehatan yang dapat dibaca pengguna saat menggunakannya. Dengan demikian, buku catatan tidak hanya menjadi alat tulis biasa, tetapi juga media edukatif yang membantu menyebarkan informasi kampanye secara lebih mendalam.

e. Pouch

Pouch dipilih sebagai media kampanye karena sifatnya yang praktis dan sering digunakan oleh wanita untuk menyimpan kosmetik, alat tulis, atau barang pribadi lainnya. Barang ini mudah dibawa ke mana saja, sehingga pesan kampanye yang tercetak di pouch akan selalu terlihat oleh pengguna dan orang-orang di sekitarnya. Dengan desain yang menarik dan informatif, pouch dapat menjadi media branding yang efektif dalam meningkatkan kesadaran tentang pentingnya deteksi dini kanker serviks.

f. Bolpoin

Bolpoin menjadi salah satu media pendukung yang sangat efektif karena digunakan oleh berbagai kalangan dalam kehidupan sehari-hari, baik di sekolah, kantor, maupun di rumah. Sebagai alat tulis yang sering digunakan, bolpoin dapat menyampaikan pesan kampanye secara kontinu tanpa disadari oleh penggunanya. Dengan mencantumkan slogan atau informasi singkat di bagian bodi bolpoin, kampanye deteksi dini kanker serviks dapat lebih mudah diingat dan menjangkau lebih banyak orang.

KESIMPULAN

Hasil perancangan kampanye ini menunjukkan pentingnya edukasi dan penyuluhan mengenai deteksi dini kanker serviks melalui pemeriksaan HPV DNA berbasis urine. Meskipun masih banyak masyarakat yang kurang sadar akan pentingnya pemeriksaan ini, penggunaan media yang menarik dan aksesibel seperti media sosial dapat meningkatkan kesadaran dan partisipasi. Dengan pendekatan yang tepat, kampanye ini diharapkan dapat mengurangi angka kejadian kanker serviks dan meningkatkan kualitas kesehatan perempuan di Kota Surabaya.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar pendekatan serupa diterapkan pada wilayah geografis yang lebih luas dan melibatkan lebih banyak kelompok demografis untuk mengukur efektivitas jangka panjang dari kampanye tersebut. Penelitian juga dapat menambahkan aspek evaluasi kuantitatif untuk mengukur dampak nyata terhadap peningkatan jumlah pemeriksaan dini pasca kampanye, serta menguji kolaborasi lintas sektor (pemerintah, klinik, influencer) guna memperkuat penyebaran pesan kesehatan berbasis data dan visual. Dengan demikian, desain komunikasi visual tidak hanya berfungsi sebagai alat kampanye, tetapi juga sebagai bagian integral dari strategi kesehatan masyarakat yang inovatif dan berbasis empati.

DAFTAR PUSTAKA

Adharina, T. W., & Purnami, S. W. (2017). Pemodelan kekambuhan pasien kanker serviks di RSUD dr. Soetomo Surabaya menggunakan regresi Cox extended. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 6(2), D192–D197.

- Apriany, & Martha, E. (2023). Persepsi wanita usia subur terhadap deteksi dini kanker serviks dengan metode pemeriksaan inspeksi visual asam asetat (IVA) di Puskesmas Cinere. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (MPPKI)*, 6(6). <https://doi.org/10.56338/mppki.v6i7.3458>
- Awaliyah, A. U. H. (2021). *Korelasi faktor risiko dengan stadium penderita kanker serviks di RSUP Dr. Wahidin Sudirohusodo tahun 2019* [Skripsi, Universitas Hasanuddin].
- Bray, F., Ferlay, J., Soerjomataram, I., Siegel, R. L., Torre, L. A., & Jemal, A. (2018). Global cancer statistics 2018: GLOBOCAN estimates of incidence and mortality worldwide for 36 cancers in 185 countries. *CA: A Cancer Journal for Clinicians*, 68(6), 394–424.
- Fauza, M., et al. (2019). Faktor yang berhubungan dengan deteksi dini kanker serviks metode IVA di Puskesmas Kota Padang. *Jurnal Promosi Kesehatan Indonesia*, 14(1).
- Juanda, D., & Kesuma, H. (2022). Pemeriksaan metode IVA (inspeksi visual asam asetat) untuk pencegahan kanker serviks. *Jurnal Kedokteran dan Kesehatan: Publikasi Ilmiah Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya*, 2(2).
- Kementerian Kesehatan RI. (2013). *Panduan penatalaksanaan kanker serviks*. Jakarta: Komite Penanggulangan Kanker Nasional, Kementerian Kesehatan RI.
- Khabibah, U., Adyani, K., & Rahmawati, A. (2022a). Faktor risiko kanker serviks: Literature review. *Faletahan Health Journal*, 9(3). <https://doi.org/10.33746/fhj.v10i03.354>
- Khabibah, U., Adyani, K., & Rahmawati, A. (2022b). Faktor risiko kanker serviks: Literature review cervical cancer risk factors: A literature review. *Faletahan Health Journal*, 10(3).
- Lelly, E. (2020). Faktor risiko kanker serviks pada wanita lanjut usia di RSD Gunung Jati Kota Cirebon. *Jurnal Health Sains*, 1(1). <https://doi.org/10.46799/jhs.v1i1.11>
- Lestari, S. (2020). *Faktor-faktor yang mempengaruhi sikap pencegahan kanker serviks pada wanita usia subur* [Skripsi, Universitas Aisyiyah Yogyakarta].
- Musfirah, M. (2019). Faktor risiko kejadian kanker serviks di RSUP Dr. Wahidin Sudirohusodo Makassar. *J-KESMAS: Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 4(1). <https://doi.org/10.35329/jkesmas.v4i1.231>
- Namkoong, K., Nah, S., Van Stee, S. K., & Record, R. A. (2018). Social media campaign effects: Moderating role of social capital in an anti-smoking campaign. *Health Communication*, 33(3), 274–283.
- Padauleng, N., Djannah, F., & Prihatina, L. M. (2018). Skrining kanker serviks pada wanita dengan faktor risiko di Kota Mataram. *Prosiding PKM-CSR Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility*, 1.
- Pratama, M. A. A. (2021). *Penatalaksanaan terapi radiasi eksterna teknik 3D-CRT pada kasus kanker serviks di Instalasi Radioterapi RSUD Arifin Achmad Provinsi Riau* [Laporan penelitian].
- Purwani, N. E., Meliyana, E., Leonardho, M., & Pajar, M. (2022). Pengaruh pendidikan kesehatan terhadap tingkat pengetahuan remaja tentang pencegahan kanker serviks di kelas XI SMA PGRI 1 Bekasi 2022.
- Riawati, D. (2019). Hubungan antara usia dengan deteksi dini kanker serviks metode IVA. *Avicenna: Journal of Health Research*, 2(2), 104–110.
- Setianingsih, E., Astuti, Y., & Aisyaroh, N. (2022). Literature review: Faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya kanker serviks. *Jurnal Ilmiah PANNMED (Pharmacist, Analyst,*

Nurse, Nutrition, Midwifery, Environment, Dentist, 17(1).
<https://doi.org/10.36911/panmed.v17i1.1231>

© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the



terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).